

航意险向短意险靠拢两险相争消费者得利 PDF转换可能丢失
图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/468/2021_2022__E8_88_AA_E6_84_8F_E9_99_A9_E5_c67_468505.htm 20元，40万。今年12月1日起，航意险将告别这两个近5年未变的标志性数字，变得丰富多样起来。航意险变脸，源于保监会近日下发的一纸《关于加强航空意外保险管理有关事项的通知》。按照《通知》规定，2003年初开始实行的行业指导性条款被废除，航意险产品开发权和定价权交还给保险公司。消息传出，保险公司和投保人露出不同表情。保险公司：双刃剑 按保监会公布数字，截至2006年末，共有22家寿险公司和11家产险公司经营航意险。在不间断的“暴利”质疑声中，航意险保费收入连续两年呈现下降趋势。但身负暴利之名的保险公司，似乎并未在航意险上捞到多大油水。为抢占市场份额，多数保险公司将保单低价批发给保险中介公司，机票代理商等这些中介机构赚了大头。保监会保险中介监管部主任王健在接受理财周报记者采访时认为，行业指导性条款下的航意险利润空间比较大，在竞争压力下流向中间环节其实也是市场作用的结果。航意险作为一种比较分散的险种，在各地保险公司让利差异很大，有的高达80%，有的只有20%。12月1日航意险进一步市场化后，保险公司和中间代理机构之间的利益有望平均化。北京大学中国保险与社会保障研究中心研究员王国军认为，航意险变脸对保险公司来说是把双刃剑，如果保险公司不能顺势而动，那将会在竞争中变得非常被动。未来保险公司航意险产品本身差别不会太大，竞争关键应该在于渠道。哪家公司的销售渠道更透明、便利、安全，就是优势。

消费者：坐享其成 与保险公司的热情相比，部分消费者对航意险变脸反应略显冷淡。由于工作关系，高先生每年都要乘坐10余次飞机。每次购买机票时，面对工作人员推荐航意险，他均摇头不已。由于已经购买了1年期交通意外险，高先生对这种"超短期"航意险不感冒。"对我来说，航意险毫无吸引力，变不变脸无所谓。20元价格不是问题，关键是40万保额太低，保险期间也太短。另外，航意险只为飞机提供意外保障，生活中我还要乘坐汽车、火车，同样也会发生意外，而这些风险我只需要买一份意外险就足够了。"高先生向理财周报记者表示。王国军分析，消费者冷落航意险有多方面原因。主要是航意险的替代性产品比较多；其次连续多年未有空难发生，乘客侥幸心理增长；三是受暴利说影响，乘客对航意险产生抵触情绪等。市场化程度更高的短期意外险则趁机攻城略地，蚕食航意险市场。王国军认为，航意险并非必须存在的险种，目前航意险的购买者多是出于对保险产品不了解，或者公务人员的一种习惯。面对短意险的强劲冲击，航意险自身优势并不明显。一旦短意险与航意险拥有同样的销售渠道，航意险很可能就会被淘汰掉。所以，未来新航意险在保障范围、时间、额度等方面可能会向短意险靠拢。航意险的替代产品短期意外险，其性价比远高于航意险。如某航空意外险，保险时间为1年，保额高达110万元，保费仅需99元。也就是说，仅从成本角度考虑，只要1年内乘飞机达到5次，这款保险产品就比每次购买航意险便宜。如果加上保险时间和保额的比较，优劣将更加明显。除了类似的航空意外保障险种，不少意外险优势也非常明显。很多险种保障范围涵盖飞机、火车、轮船和汽车等多种交通工具，保费低于百元

的比比皆是，保障期限一般为一年。与各式各样的短期意外险相比，航意险条款近乎苛刻。按照规定，航意险保险期间为通过机场安检时起，至抵达目的港走出所乘航班舱门时止，保额为40万元。两相比较，投保人冷落航意险自然很容易理解。"客户坐飞机时需要的是适合的保险保障，而不会去关心它到底是航意险还是短意险。无论短意险借鉴航意险，还是航意险靠拢短意险，都将形成一种有利于消费者、保险公司和监管机构的多赢局面。"王国军表示。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com